

Inhalt

1. Einleitung | 7

TEIL I: UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND MUSIKVIDEO

2. Medienhistorische Entwicklung | 21

2.1 Vorgeschichte des Musikvideos | 22

2.2 Von MTV zum Internet | 29

3. Charakteristika der Bedeutungsproduktion | 39

3.1 Song und Clip | 39

3.2 Clipästhetik und Postmoderne | 46

3.3 Kunst und Kulturindustrie | 54

TEIL II: THEORETISCHE GRUNDLAGEN

4. Medienreflexion | 65

4.1 Medium und Form | 70

4.2 Bedingungen der Medienreflexion | 76

4.3 Medien als Gegenstand von Diskursen | 85

4.4 Fernsehreflexion im Film | 93

5. Exkurs: Illusionsbruch | 101

5.1 Selbstbeobachtung im Film | 101

5.2 Selbstbeobachtung im Musikvideo | 107

TEIL III: FERNSEHREFLEXION IM MUSIKVIDEO

6. Bildstrategien der intermedialen Bezugnahme | 125

6.1 Inszenierung von Fernsehbildschirmen | 126

6.1.1 Stars auf dem Bildschirm | 127

6.1.2 Bildschirme als Gegenstand der Kunst | 135

6.1.3 Fernsehen im Medienalltag | 142

6.1.4 Entstehung einer Bildschirmkultur | 155

6.2 Inszenierung von Bildern des Fernsehens | 167

6.2.1 Merkmale der Fernsehästhetik | 168

6.2.2 Bildstörungen | 180

6.2.3 Integration von Fernsehmaterial | 194

7. Perspektiven der intermedialen Bezugnahme | 205

7.1 Kritischer Blick auf das Fernsehen | 206

7.1.1 Kulturkritik reloaded | 207

7.1.2 Ambivalenz durch Selbstbeobachtung | 218

7.1.3 Fernsehkritik im 21. Jahrhundert | 225

7.2 Parodistischer Blick auf das Fernsehen | 237

7.2.1 Parodie als Subversion | 238

7.2.2 Exemplarische Fernsehgattung: TV-Nachrichten | 247

7.3 Nostalgischer Blick auf das Fernsehen | 254

7.3.1 Wandel des Musikfernsehens | 257

7.3.2 Auftritte in TV-Sendungen der Vergangenheit | 264

8. Schlussbetrachtung | 277

Quellenverzeichnis | 287

Literatur | 287

Internetseiten | 306

Musikvideos | 307

Fernsehsendungen | 311

Filme | 312

Songs | 313

Bildende Kunst und Aktionskunst | 313

Computerspiele | 313

Danksagung | 315